

# Вирус в Доме культуры

**Оказывается, вирус – это не только инфекция в живом организме или спам в интернете, приводящий к заражению компьютера, но и видео-бомба, после просмотра которой у человека возникают ни с чем не сравнимые яркие чувства и эмоции.**

**К**ачественно снятые ролики впечатляют человека и имеют вирусный эффект, то есть люди, смотрящие видео, находятся под таким впечатлением, что им хочется скорее поделиться с окружающими, обсудить, добавить к себе в блог или куда-либо в интернете для всеобщего обозрения. Добившись такого эффекта, видео попадает в топ-строки YouTube и подлежит широкому диапазону распространения.

«Както раз мне довелось увидеть флешмоб на Воробьевых горах, – говорит Силина Наталья Борисовна, директор Дома культуры «Зодчие». – Идея заразила, и тоже захотелось снять видео про наш ДК. Мы с сотрудниками стали развивать эту тему, продумывать, что и как лучше сделать. Очень долго подбирали музыку. Дело в том, что в ролике задействованы практически все коллективы, и мы искали музыку, под которую можно будет станцевать в любых стилях. Хочется, чтобы о нас больше знали: есть сайт [zodchie.ru](http://zodchie.ru), но мы стремимся попробовать новые формы позиционирования себя. Распространение вируса в интернете более актуально сейчас и поэтому мы решили сделать то же самое. Все больше людей черпают информацию из интернета, так что это наилучший способ для воплощения нашей идеи».

Уверены, многих довольнотаки часто настигает вопрос, как некое видео смогло набрать миллионы просмотров за короткие сроки. Так вот, над этими роликами чаще всего трудятся рекламисты, специалисты по PR-технологиям, и даже психологи, то есть люди, которые знают, как повлиять на человека и за какие струны нужно дергать. По словам генерального продюсера PS Media Андрея Сенцова, сложен и сам процесс монтажа вирусных роликов.

«Мы отсняли флешмоб 12 раз, для того чтобы было из чего монтировать, говорит Андрей. По продолжительности получилось приблизительно 1000 минут. Это время сократилось до 02:47. Это достаточно кропотливая работа. Больше всего мне нравится момент, когда в конце все ребята выбегают, становятся в определенном порядке, и получается слово «Зодчие». Было сложно это сделать, заставить всех правильно и четко встать на свои места, чтобы были понятны буквы. Но все получилось отлично и очень зрелищно».

В съемках приняли участие коллективы ДК «Зодчие». В основу ролика был положен флешмоб с очень интересной музыкой. Под нее смогли танцевать коллективы в абсолютно разных стилях: хип-хоп, народные танцы, бальные танцы, вокалисты пели, а ребята из цирковой студии жонглировали и танцевали на ходулях. Все это снимали журналисты студии «Папарацци» на профессиональную технику. Зрители наблюдали за съемкой ролика со стороны. Детям было очень весело участвовать в флешмобе, с лиц не сходила улыбка. Как только ролик был доснят, начался дождь он будто ждал и не хотел мешать процессу.

Кстати, проверьте свою почту, возможно, кто-то из знакомых уже кинул Вам ссылку на это видео. Посмотрите ролик в интернете, зарядитесь позитивом и присоединяйтесь к нам!

□  
Алиса Армаш